



# Úvod do společenské odpovědnosti

# představení: Zdenka Barošová

- 2000 - 2004 - GUH + dobrovolnická činnost
- 2004 - 2007 - UTB - FHS - Sociální pedagogika - Bc. + terénní soc. pracovník
- 2006 - 2012 - vedoucí terénního programu pro ohroženou mládež + kontakt s firmami
- 2013 - doposud - OSVČ - poradce CSR
- 2013 - doposud - lektor, vzdělávání dospělých
- 2014 - Klub podnikatelek ze Zlínska, z.s.

# program

## I. blok: „Co je (a může být) CSR“

16,00 – 17,30

- vhléd do problematiky
- stav v ČR
- pilíře, aktivity
- zainteresované strany
- příklady aktivit

## II. blok: „Kde a jak to dělat“

17,45 – 19,00

- systémy managementu společenské odpovědnosti
- měření, hodnocení, reportování
- marketingové využití

# I. blok

- vhléd do problematiky
- stav v ČR
- pilíře, aktivity
- zainteresované strany
- příklady aktivit

# vhled do problematiky

co je CSR

- „CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními „stakeholders““.

(Evropská Unie: Zelená kniha)

- Rysy CSR:
  - tři roviny aktivit
  - **dobrovolnost**
  - dialog se zainteresovanými stranami
  - dlouhodobý charakter
  - důvěryhodnost / transparentnost
- People – Planet – Profit – (Product)

# vhled do problematiky

kde se  
vzalo CSR

- filantropie (z řec. filein, milovat a anthrópos, člověk – láska k člověku)
- zachování života na zemi
  - trvale udržitelný rozvoj
  - Agenda 21
  - Zelená ekonomika
- vliv států (regulace a stimulance)
  - Světový summit OSN 2012
  - Mezinárodní standardy pro systémy společenské odpovědnosti
- vliv organizací
  - Global Compact
- vliv veřejnosti
  - (sociální) média

# vhled do problematiky

proč být  
odpovědnou  
firmou

- **transparentnost** buduje **důvěryhodnost** firmy (dovnitř i ven, etika, nekorupční jednání)
- **zvýšení spokojenosti a loajality zaměstnanců – ekonomické úspory**
- konkurenční výhoda – **zlepšení image** – podpora značky (obchod), vede k věrnosti zákazníků – pochopení potřeb komunity
- začlenění do sítě podobně smýšlejících firem – punc etiky - odběratelů, dodavatelů
- **stabilita – dlouhodobá udržitelnost**

# vhled do problematiky

současné  
trendy

1990 – 2000  
Věk image  
(sliby)

2000 – 2010  
Věk výhod  
(naplňování slibů u  
některých firem)

2010 – 2020  
Věk škod  
(firmy budou trestány,  
pokud se nedokážou  
chovat odpovědně)

**Spotřebitelé toho vědí o firmách mnohem víc a taky víc požadují.  
Informace se sdělují na sociálních sítích a mohou vážně firmu ohrozit.**



# vhled do problematiky

není to nic  
nového

- 1969 – OSN: zahájení spolupráce v ENVI oblasti
- ...
- 2000 – Deklarace tisíciletí
- ...
- 2012 – Světový summit OSN – Rio de Janeiro
- ...
- 2015 – Cíle udržitelného rozvoje (SDGs) 2015-2030
- 2016 – Globální summit na téma CSR a udržitelné podnikání (Praha, A-CSR)

# cíle udržitelného rozvoje (SDGs)



# stav CSR v ČR

podpora

- Národní politika kvality
- Rada kvality – Národní středisko podpory kvality, Národní akční plán
- Národní informační portál o CSR (MPO + Rada kvality)
- Platforma zainteresovaných stran (jeden z výstupů NAP)
- Hospodářská komora ČR – pracovní skupiny, sekce

# stav CSR v ČR

platformy

- Asociace společenské odpovědnosti, o.p.s. (GLOBAL COMPACT)
- Byznys pro společnost, fórum odpovědných firem (CSR Europe)
- Business Leaders Forum

# pilíře, aktivity

jak uchopit CSR

stanovit  
ZS

zjistit jejich  
požadavky a  
očekávání a  
porozumět  
jim

určit způsob  
komunikace

naplánovat  
aktivity k  
naplnění  
potřeb ZS

vyhodnocovat  
naplňování  
potřeb

# zainteresované strany

Které osoby či skupiny ovlivňují firmu?  
Které osoby či skupiny firma ovlivňuje?

- osoby či skupiny ovlivňují organizaci
  - kdo na nás má vliv?
  - s kým je dobře být zadobře?
  - kdo nás podporuje?
  - kdo nás kontroluje?
- osoby či skupiny které organizace ovlivňuje
  - na koho máme vliv?
  - kdo nás sleduje?
  - kdo nás potřebuje?
  - koho zajímá, co děláme?

# zainteresované strany - komunikace

míra jejich vlivu a našeho zájmu = míra naší aktivity jejich směrem

<b>naš zájem o ně</b>	<b>vyšký</b>	<b>průběžně je informovat</b>	<b>vést s nimi dialog a zapojit je</b>
	<b>nížký</b>	<b>odpovídat jim na otázky</b>	<b>zjišťovat jejich spokojenost</b>
		<b>malý</b>	<b>velký</b>
<b>jejich vliv na nás</b>			

# pilíře, aktivity

dovnitř společnosti a vně +  
SMART + potřeby a  
očekávání ZS

Jednáte férově?  
Odmítáte korupci?

**EKONOMICKÝ**  
pilíř

Hodnotíte dodavatele?  
Záleží Vám na tom, zda  
jsou slušní a čestní?

Platíte včas?

Zajímá Vás, zda  
jsou zákazníci  
spokojení?

Zajímá Vás,  
jaký máte  
vliv na  
životní  
prostředí?

**ENVIRON-  
MENTÁLNÍ**  
pilíř

Snažíte se  
pomoci  
tam, kde je  
to třeba?

Třídíte  
odpad?

**SOCIÁLNÍ**  
pilíř

Šetříte energii?

Staráte se o to, zda jsou vaši  
zaměstnanci spokojení?



# příklady aktivit z ekonomické oblasti

## Aktivity směrem dovnitř

- dosahování pozitivních ekonomických výsledků vč. řízení rizik
- snaha o udržitelný rozvoj organizace
- budování dobrého jména a značky
- zjišťování potřeb zainteresovaných stran a snaha o jejich naplnění
- etický kodex organizace vč. protikorupčních opatření
- hledání nových příležitostí pro rozvoj – inovace
- matchingové fondy
- ochrana duševního vlastnictví, aj.

## Aktivity směrem ven

- tvorba pracovních příležitostí
- upřednostňování místních dodavatelů
- odmítání korupce, podvodů
- odmítání nekalé konkurence a nekalé soutěže
- finanční podpora rozvoje místní komunity
- zakládání nadací, sociálních podniků
- veřejně prospěšné projekty, bezplatné služby aj.

# příklady aktivit z environmentální oblasti

## Aktivity směrem dovnitř

- vývoj a výroba ekologicky šetrných výrobků
- používání ekologicky šetrných produktů napříč firmou
- ekologicky vhodné způsoby transportu, logistika
- analýza environmentálních rizik a uplatňování principů prevence a předběžné opatrnosti
- zvelebování pracovního prostředí aj.

## Aktivity směrem ven

- snižování spotřeby materiálů, energie, vody (vč. snahy o zvýšení podílu využití obnovitelných zdrojů)
- environmentální dobrovolnické aktivity
- marketingové aktivity zaměřené na životní prostředí
- snižování odpadů či jejich recyklace
- snižování emisí do ovzduší, půdy, vody aj.

# příklady aktivit ze sociální oblasti

## Aktivity směrem dovnitř

- dodržování lidských práv
- zaměstnanecké výhody, BOZP, work-life-balance
- komunikace se zaměstnanci (zpětná vazba, hodnocení, podíl na rozhodování)
- rozvoj lidského kapitálu (vzdělávání, rekvalifikace..)
- tvorba a rozvoj kultury organizace (symboly, způsoby jednání na pracovišti, hodnoty)
- spravedlivé odměňování, flexibilní formy zaměstnání, jistota zaměstnání
- rovné příležitosti, rozmanitost na pracovišti aj.

## Aktivity směrem ven

- externí firemní filantropie (dary x sponzoring)
- dialog se stakeholders
- podpora aktivit místních sdružení
- preferování místních zaměstnanců při náborech a výběrových řízeních
- zaměstnávání handicapovaných a jinak znevýhodněných osob aj.

## II. blok

- systémy managementu společenské odpovědnosti
- měření, hodnocení, reportování
- marketingové využití

# systemy managementu společenské odpovědnosti

Předpokladem úspěchu je **systematický přístup**,  
kdy odpovědné chování navazuje na strategii,  
hodnoty a poslání organizace.

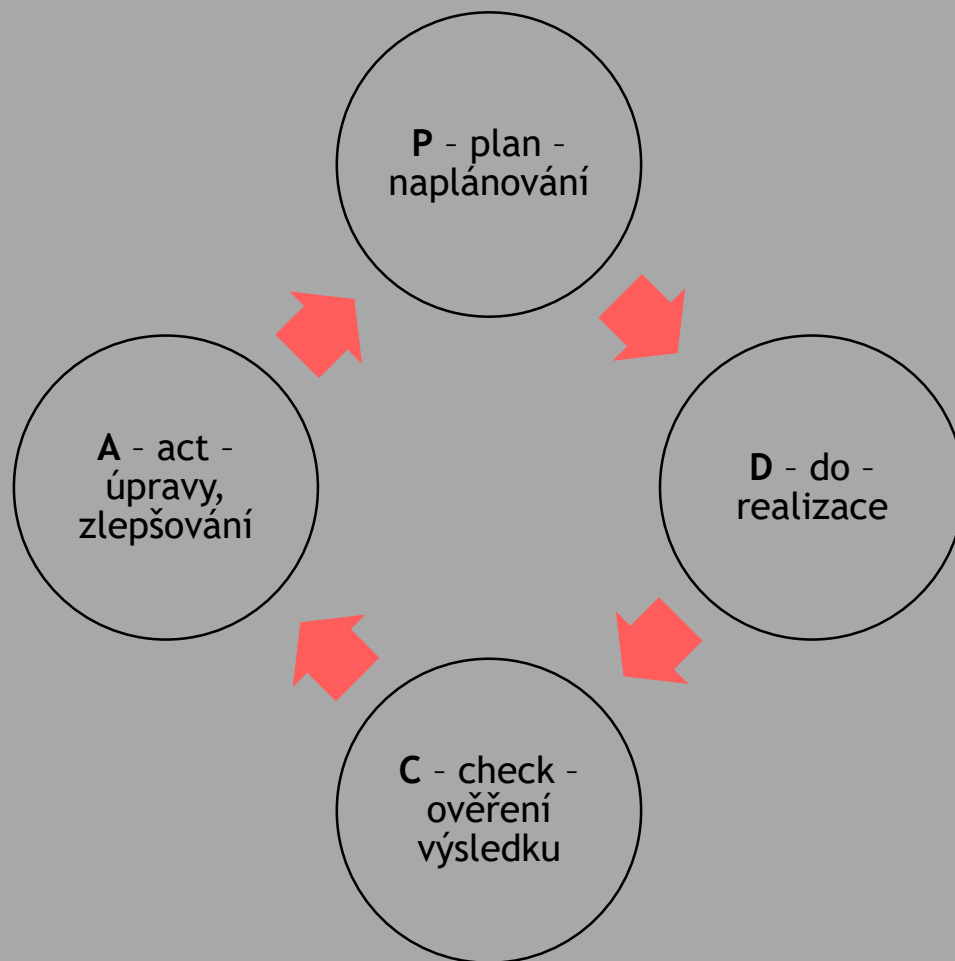
**Řídíme-li** odpovědné aktivity, máme je pod  
kontrolou.

Pokud jsou aktivity plánované (řízené), jsou  
**transparentní**. Je tedy transparentní organizace.

# systemy managementu společenské odpovědnosti

systemy managementu  
charakterizuje  
**Demingův  
cyklus (PDCA Cyklus)**

= metoda  
postupného zlepšování  
probíhající formou  
opakovaného  
provádění čtyř  
základních činností:



# systemy managementu společenské odpovědnosti

- **SA 8000**
  - certifikační, americký soukromý standard
  - z 90% obsahuje náš zákoník práce
- **AA 1000**
  - série tří norem: 1) zásady a principy, 2) požadavky, 3) zapojení stakeholderů
- **Global Reporting Initiative (GRI)**
  - z Nizozemí, rozšířen i v ČR; model pro měření a reportování
- **ISO 26000**
  - necertifikovatelná, pouze návod; ideální pro pochopení komplexu CSR
- **ČSN 01 0391**
  - certifikační - „jak by mělo vypadat řízení CSR v ČR“
- **IQNet SR 10**
  - standard mezinárodní certifikační sítě IQNet, inspirován ISO 26000; certifikační

Systemové  
standardy  
(řeší celou CSR)

# systemy managementu společenské odpovědnosti

Dílčí standardy  
(řeší CSR jen z části)

- ISO 9001 – kvalita (= 70% ekonomického pilíře)
- ISO 14001 – environment (= 80% env. pilíře)
- ISO 18001 – bezpečnost (= 40% sociálního pilíře)

Jak tedy vybrat  
vhodnou firmu?

INTEGRACE



# reportování

Komunikace!

- Zpráva o společenské odpovědnosti
  - základní dokument odpovědné firmy
  - může být přílohou výroční zprávy nebo samostatný dokument
- Report GRI
- Report Global Compact
- Nová směrnice EU!

# měření, hodnocení, reportování

Dodavatelско-  
odběratelský řetězec

Společenskou odpovědnost je třeba šířit.

Společensky odpovědná firma:

- **informuje** své spolupracující subjekty o tom, že je společensky odpovědná
- **ptá se**, zda jsou oni taky společensky odpovědní, případně proč ne (interní audit)
- **snaží se** spolupracovat se společensky odpovědnými organizacemi

# měření, hodnocení, reportování

marketingové  
využití

- Top odpovědná firma (2003, Byznys pro společnost)
- Národní cena za CSR (2009, Rada kvality ČR)
- Cena hejtmana za CSR (2009, Rada kvality ČR)
- Cena za Age Management (2013, Česká společnost pro jakost)
- Podnikáme odpovědně (2015, Rada kvality ČR)
- Cena FUTURUM (Business Leaders Forum)
- Inspirující projekt v oblasti společenské odpovědnosti (HK ČR)

*„Zajímám se o budoucnost,  
protože v ní hodlám strávit  
zbytek života.“*

(Ch. Chaplin)

Mgr. et Mgr. Zdenka Barošová  
barosova@csr-zlin.cz